

# **Rede der Staatssekretärin Dagmar Wöhrl**

## **Zur Jahresversammlung des Deutschen Musikrates (Oktober 2007)**

Sehr verehrte Damen und Herren!

Die Kreativwirtschaft ist ein spannendes Thema. Ich würde sagen: aktuell und spannend wie selten zuvor! Wir wissen: Die Kreativwirtschaft spielt mit eine ganz große Rolle beim Übergang von der Industriegesellschaft zur Wissensgesellschaft. Für die Wissensgesellschaft wird die Ressource Kreativität immer bedeutsamer.

Wichtig ist dabei, dass hier Kreativität und Innovation in besonderem Maße von den neuen digitalen Technologien getrieben werden. Viele kreative Ideen können erst mit Hilfe der digitalen Medien in Produkte umgesetzt und vermarktet werden. Dies gilt z. B. für den Bereich Design.

Aber auch in der Film- und Musikwirtschaft werden neue Effekte erst durch den Einsatz neuer Technologien möglich.

Insofern wird der Kreativsektor zum wichtigen Standortfaktor. Nicht zufällig haben wir diesen wichtigen Bereich bei uns im Wirtschaftsministerium in der Technologieabteilung im IT- und Medienreferat angesiedelt.

In der Kreativwirtschaft beobachten wir inzwischen Wertschöpfungsprozesse mit großer Hebelwirkung.

Außerdem wird mit Kreativität gleichsam Erfolg assoziiert. Der Erfolg und die Beliebtheit, den z. B. die Musik- und Filmwirtschaft, aber auch Design und Werbung bei allen Bevölkerungsteilen erzielen, unterstreicht ihre Bedeutung für die Gesellschaft.

Gleichwohl ist das Thema Kreativwirtschaft in der breiten öffentlichen Debatte noch kein Selbstläufer. Hier wirkt sich immer noch das klassische Spannungsverhältnis zwischen Geist und Geld aus. Nun, Tatsache ist – und das wird zutreffend auch in der politischen Diskussion immer gesagt: Mit Kultur lässt sich viel Geld verdienen, ohne Geld kann sich Kultur aber kaum wirklich entfalten.

Wir wollen uns in der Bundesregierung vorrangig auf die erwerbswirtschaftlichen Potentiale der Kreativwirtschaft konzentrieren. Also diejenigen kreativen und innovativen Unternehmen, die mit neuen Ideen zusätzliche Arbeitsplätze schaffen.

Dies ist übrigens auch der Ansatz der Länder.

Diese Politik ist aber nicht zu verwechseln mit einer totalen Kommerzialisierung allen kulturellen Schaffens. Hier bleibt für die Kulturpolitik eine wichtige Aufgabe im Bereich der öffentlich geförderten und gemeinnützigen Kulturgüter. Insofern wollen wir nicht in einen Gegensatz zur reinen Kulturpolitik treten.

Wir gehen vielmehr davon aus, dass ein solcher Gegensatz zwischen Kunst, Kultur und Gewinnerzielung gar nicht vorliegt!

Gerade aus dem Zusammenspiel von beidem erwachsen neue Impulse und Beiträge für andere gesellschaftliche Bereiche. So werden in der Kreativwirtschaft vielseitige Produkte entwickelt, die zugleich im öffentlichen Interesse, die z. B. in der Bildung, im Gesundheitswesen und anderen Bereichen eingesetzt werden können.

Denken Sie z. B. an die Computer-Spielentwicklung, die nicht nur Hollywoodfilme aufwerten sondern auch in Universitäts-Vorlesungen oder in der betrieblichen Weiterbildung anschaulicher als bisher neues Wissen vermitteln können. Mir ist es deshalb ein besonderes Anliegen, die Kreativbranche voranzubringen.

Daher habe ich mich dafür eingesetzt, dass das Thema im BMWi und in der Bundesregierung mehr Gewicht und stärkere Aufmerksamkeit erhält. Der Beitrag der Politik Gerade komme ich von einer Pressekonferenz, auf der ich die „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung“ vorgestellt habe.

Unser Hauptanliegen ist es, die gesamte Branche stärker ins politische Bewusstsein zu holen und ihr die gleiche Anerkennung zu geben, wie sie etablierten Wirtschaftszweigen zu Teil wird.

Deshalb hat sich BM Glos mit Kulturstaatsminister Neumann im Mai darauf verständigt, gemeinsam diese Initiative der Bundesregierung zu starten.

Wir wollen konkrete Hilfestellungen dort geben, wo es aus Bundessicht notwendig und sinnvoll ist. Nicht nur die Länder und Kommunen, sondern auch eine Reihe von Nicht-Regierungsorganisationen – wie auch den Musikrat – haben hier bereits eine ganze Menge bewegt.

Aber es gibt auch einige offene Felder, wo die Bundesregierung einen Beitrag leisten könnte. Dies betrifft beispielsweise die Verbesserung der Außendarstellung und des Standortmarketing für die Kreativwirtschaft. Hier könnten wir z. B. unsere Aktivitäten in der Messeförderung und der auswärtigen Kulturförderung noch besser aufeinander abstimmen. Generell geht es darum, neue positive Zukunftsperspektiven für die Kreativwirtschaft durch Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit zu erschließen.

Aus wirtschafts- und kulturpolitischer Sicht heißt dies, die allgemeinen Rahmenbedingungen dort für die Kreativen zu verbessern, wo sie davon noch nicht in vollem Umfang profitieren können. Vor kurzem habe ich auf dem Jahreskongress der Veranstaltungswirtschaft gesprochen, der sich ausführlich mit diesen Fragen beschäftigt hat.

Hier müssen wir noch mehr tun, denn die Wachstumsraten bei den Arbeitsplätzen in der Kreativbranche sind nicht mehr so hoch wie vor zehn Jahren. Ein besonders Problem der Kulturwirtschaft ist z. B. die chronische Unterkapitalisierung von Kleinstbetrieben. Dadurch werden Innovationen erschwert und die Umsetzung des Humankapitals „Kreativität“ behindert.

Hier wollen wir in der Bundesregierung ansetzen und gemeinsam mit allen Teilen der Kreativwirtschaft Hindernisse identifizieren und Lösungen entwickeln, wie wir unser traditionelles Förderinstrumentarium optimieren können.

Kern des Konzeptes ist: - die Verbesserung der Nutzung öffentlicher Informationen, - die Optimierung der Vernetzung innerhalb der Kreativbranche und - die Kompetenzstärkung.

Wo liegen nun die strategischen Herausforderungen bei der Erreichung dieser Ziele? Was ist zu tun? Konkret: Wie will BMWi vorgehen?

Angesichts der unterschiedlichen Definitionen müssen wir erst einmal zu einer gemeinsamen Klärung des Begriffs Kreativwirtschaft aus gesamtwirtschaftlicher Sicht kommen. Wir schließen uns zunächst aus pragmatischen Gründen in einem ersten Schritt der im Arbeitskreis Kulturstatistik der Länder gefundenen Branchenabgrenzung an. Derzeit werden elf Teilbranchen darunter verstanden, die so unterschiedlich sind wie Design, Musik-, Film- und Rundfunkwirtschaft oder auch Architektur.

Wir wollen aber noch besser verstehen, wie die Teilbranchen strukturiert sind und welche Eigenarten sie kennzeichnen.

Nicht zuletzt wegen der extrem kleinteiligen Unternehmensstruktur mit durchschnittlich fünf Mitarbeitern in vielen Einzelbranchen wird eine Anpassung des geltenden Förderinstrumentariums zu untersuchen sein.

Beispielsweise müssen wir prüfen, wie eine Finanzierung von Kleinstunternehmen in Form von Startgeld oder Mikrodarlehen, Bürgschaften, Zuschüsse und Kredite bei Innovationen möglichst gemacht werden kann, auch wenn keine banküblichen Sicherheiten vorliegen.

So kann ich mir vorstellen, dass es in Berlin viele Kleinstmusiklabel gibt - Ein-Zwei Mannbetriebe - die kaum die klassischen Kriterien der KfW erfüllen dürften. Beratung und Hilfestellung für Freiberufler bei der Erstellung eines Unternehmenskonzeptes oder bei Fragen der unternehmerischen Absicherung müssen organisiert werden.

Strategien zur effizienten Kontaktaufnahme mit Auftraggebern, Galeristen, Redaktionen, Verlage, Medien oder Geschäftspartnern u.a. auch im (EU-)Ausland sollen entwickelt werden.

Das Thema Besteuerung von künstlerischer Tätigkeit ist beispielsweise für die Veranstaltungswirtschaft ein wichtiger Punkt.

Auch der Schutz des geistigen Eigentums muss im Zuge der weiteren Reformen des Urheberrechts und der Verwerterrechte beachtet werden; Denn Künstler und Publizisten sind im Zeitalter der Digitalisierung permanent den Auswirkungen von Produktpiraterie und Raubkopien ausgesetzt.

Wir haben gerade erst die große Diskussion zum 2. Korb der Urheberrechtsnovelle gehabt, weil dort klassische Interessengegensätze zwischen der Musikindustrie und der IT-Industrie zu Tage traten.

Andererseits kann nicht übersehen werden, dass heutzutage progressive Musikbands ihre Werke selbst ins Netz stellen und deren Verwertung nicht ohne Weiteres den etablierten Musikverlagen überlassen wollen. Künstler emanzipieren sich also und passen sich dem an, was ihre Kunden wollen. Hier sollte man einerseits Künstler schützen, aber andererseits sie auch nicht bevormunden. Wir haben eine spannende Diskussion vor uns.

Wir wollen die Kreativwirtschaft fit machen für den internationalen Wettbewerb. Beim Tonträgermarkt oder beim Film geraten europäische Firmen wegen der Vorherrschaft weniger globaler Konzerne und wegen moderner Vertriebsstrukturen im Internet immer häufiger in

Probleme, die wir mit allen Beteiligten erörtern müssen. Aber natürlich fangen wir nicht bei Null an. Die Bundesregierung hat jetzt schon einige Projekte auf den Weg gebracht.

In Kürze haben wir das 40. Jubiläum des Wirtschaftsfilmpreises. Den Deutschen Filmförderfonds brauche ich wohl nicht näher zu erläutern.

Beim Gründerwettbewerb Multimedia und beim Gründerwettbewerb für den Mittelstand werden von BMWi alljährlich innovative Unternehmen entdeckt, die spannende Projekte vorzuweisen haben.

Designpreis, Messförderung und Musikinstrumentenpreis fördern weitere sehr kreative Akteure zu Tage.

Und nicht zuletzt zu erwähnen ist die Initiative Musik, in deren Aufsichtsrat auch BMWi vertreten ist. Die deutsche Musik verfügt über ein großes künstlerisches Potential und stellt mit über fünf Milliarden Euro Jahresumsatz einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor dar. Zusammen mit dem Phonomarkt wurden sogar 14 Milliarden Euro erzielt.

2006 behauptete Deutschland mit diesen Zahlen einen respektablen vierten Platz am Weltmusikmarkt. Mit sieben Prozent des Weltmarktumsatzes steht Deutschland gleich hinter den USA, Japan und Großbritannien.

Beim Eröffnungsrundgang auf der Popkomm heute vor genau einem Monat (19. September) konnte ich mich von der Schaffenskraft und der einzigartigen Vielfalt auf dem Gebiet der Musik persönlich überzeugen. Auch Minister Glos, der die Popkomm eröffnet hat, zeigte sich begeistert von den kreativen Neuheiten und Ideen auf der Messe.

die stärkere Beachtung und Unterstützung der Kulturwirtschaft ist ein lohnendes Ziel für uns alle. Die Bundesregierung will gerne ihren Beitrag dazu leisten. Mein Haus stellt sich den Herausforderungen durch stärkeres Engagement nicht zuletzt im Rahmen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft gemeinsam mit BKM.

Wir werden dabei auch auf andere Ressorts wie das Auswärtige Amt und BMJ zugehen, um unsere Möglichkeiten zu bündeln.

Ich bin zuversichtlich, dass wir in den nächsten Monaten zu einigen Fragen Antworten finden werden. Wir arbeiten dabei eng mit den Vertretern der Länder, BDI, DIHK und natürlich besonders mit Ihnen, den Vertretern der Kreativwirtschaft, zusammen.

Ich werde demnächst zu einem großen Auftaktgespräch mit der gesamten Branche einladen. Ich würde mich freuen, auch den Deutschen Musikrat zu diesem Dialog begrüßen zu dürfen.

Ich kann Sie alle nur herzlich einladen, weiterhin an dem Thema mitzuarbeiten und uns Ihre Anregungen zu übermitteln, damit wir gemeinsam die Entwicklung der Kreativwirtschaft in Deutschland mit aller Kraft vorantreiben können!